

## ОБРАЗ МОШЕННИКА В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ

Когда мы взаимодействуем с человеком, у нас складывается его определенный образ. При этом если нам была известна некая информация о нем до ситуации взаимодействия, то обязательно будет какое-то представление «априори» о нем. Более того, если мы о человеке ничего не знали заведомо, но интуитивно соотнесли его с некоей группой (по внешним признакам, по манере поведения, по речи), образ всё равно сложится заранее. Такой образ априори - это некий социальный конструкт, который мы вырабатываем в процессе взаимодействия с представителями разных социальных общностей, общения с семьёй, из средств массовой информации. Важно, что впоследствии этот некогда сложившийся образ определяет наши действия, стиль поведения, общения, отношение как к самому человеку, так и к любому представителю группы, к которой мы его причислили.

При анализе понятия мошенничества и, соответственно, образа мошенника кажется целесообразным обратиться к тому, как такой образ закрепляется в законодательстве Российской Федерации, поскольку это объективный источник, который должен отражать реальность. Мошенничество, согласно Уголовному кодексу РФ – это «хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана либо злоупотребления доверием» [1, стр. 86.]. Тогда можно ожидать, что основной образ мошенника - это образ преступника (со всеми негативными чертами, которые свойственно придавать преступникам), а конкретнее, вора (хищение как синоним воровства), который «втирается» в доверие к своей жертве.

Однако, по А. Шюцу, «задача социологии – изучать не реальность мира, а те значения и смыслы, которые люди придают его объектам» [3, стр.235]. Более того, такое «объективное» знание у П. Бергера и Т. Лукмана – это знание теоретическое – «лишь небольшая и отнюдь не самая важная

часть того, что считается знанием в обществе». [2, с.109] Значит, правомерно обратить фокус внимания на то, каким образ мошенника «рисует» сознание конкретных людей.

Анализируя интервью людей, пострадавших от мошенничества, можно выделить три основных направления, по которым «жертвы» оценивают мошенников как некую общность. Условно их можно соотнести с полюсами: «положительно-сочувствующий», «отрицательно-обвиняющий» - выделив также и нейтральное представление.

*«Это когда люди осознанно обманывают и всё». (А.Д., жен., 58 лет)*

*«Мошенничество – это, какая-нибудь группа или организация людей, которые создали свою фирму, дело и решили воспользоваться доверием людей, чтобы получить из этого выгоду, прибыль». (Л.А., жен., ок. 60 лет)*

*«Мошенничество – это преступление легкое, до средней, тяжести, которое подразумевает участие активное двоих людей, причем участие не только со стороны агрессивной, которая пытается обмануть, но и участие со стороны обманутого человека». (Н.В., жен., 55 лет)*

Эти примеры – первые ассоциации респондентов со словом мошенничество. Они в той или иной степени близки к определению мошенничества в УК РФ, поэтому не имеют эмоциональной окраски. Это тот самый стереотипный образ «априори», который есть у большинства людей, знакомых с понятием.

Однако более глубокое осмысление проблемы приводит участников интервью к более полному, красочному образу мошенника.

Что характерно из 10 «жертв» строго отрицательно оценил мошенников только один: *«Интервьюер: А как Вы относитесь к тем людям, кто занимается мошеннической деятельностью? Респондент: Ну, с безгласностью. И.: А почему? Р.: Да потому что они обращаются... используют низменные человеческие чувства, для того чтобы добиваться своих елей. И сами низменными себя показывают, и действия*

*предпринимают такие, которые в итоге человека низводят до состояния дурака». (М.Б., муж., 56 лет, руководитель).*

Для остальных же характерна очень неоднозначная оценка мошенников. С одной стороны, аферисты вызывают «самые отрицательные эмоции» (брезгливость, неприязнь), ассоциируются с ленивыми, безнравственными, подлыми людьми, от которых страдают самые незащищенные слои общества: *«Первое, что приходит на ум, это то, что они в какой-то степени ленивы: хотят какими-то, скажем так, социальными манипуляциями заработать денег. То есть это не тяжелый труд, с одной стороны». (А.А.); «А так, к мошенникам, ну, как к явлению общества, допустим, какое-то отрицательное отношение. Потому что от них же страдают действительно реально малозащищенные...как, например, пенсионер, который пошел там и отдал все свои сбережения, все свои деньги вложил в какую-то финансовую пирамиду.» (Л.В., жен., 45 лет)*

С другой стороны, образ мошенника вызывает как минимум к чувству юмора, а как максимум вызывает в людях сочувствие, потому что такая «профессия» имеет свои подводные камни: *«Слово мошенничество, кроме негативного смысла, ещё имеет лёгкий оттенок юмора, потому что это не преступление, не разбой, не тяжелое преступление.» (Н.В.); «Когда я смотрю какую-нибудь комедию «Ва-банк» о великолепных мошенниках, то естественно я испытываю, когда там, мошенник мошенника надувает, то прикольно – чувства самые положительные». (Л.В.); «Может быть, некоторые просто ничем другим не могут зарабатывать деньги и легким путем идут на это». (Г.М., жен., 24 года); «С другой стороны, это на самом деле тяжелый труд, потому что надо разбираться в людях, надо правильно выбрать себе жертву. Второй момент: это, скажем так, приходящий заработок. То есть нельзя быть уверенным, что в месяц вы обманете, там, 5 человек и заработаете там столько-то денег. То есть я более чем уверен, что такой жизнью жить очень тяжело, потому что у тебя нет никакой стабильности...» (А.А.)* А одна женщина даже оценивает

мошенников, как *«людей очень далеко идущих вперёд, не простых людей, людей с достаточно высоким образованием, высоким интеллектом, амбициозных, стремящихся к успеху»*. (Л.А., занимается сетевым маркетингом)

Можно предположить, что такая неоднозначность образа мошенников связана с тем, что итоговое представление об этой категории людей конструируется с помощью нескольких источников. Во-первых, из личного опыта, опыта взаимодействия, степени своего ущерба (обиды). Согласно О.Н.Наговицину, «типизации социального взаимодействия характеризуются различной степенью анонимности в зависимости от удаленности от ситуации «лицом-к-лицу». [4, с.2] В отношении этого фактора можно предположить, что непосредственное взаимодействие с аферистом даст более чёткий образ, более личный, и эмоциональный окрас будет зависеть от произведенного мошенником эффекта. Обезличенное мошенничество (как техническими средствами: телефон, интернет - так и людьми – работниками организации, которые просто являются работниками по найму), в свою очередь, приведёт к тому, что основа образа будет складываться на базе других источников.

Второй источник представления - индивидуальные характеристики оценивающего. Так, человек честный, ответственный (как, например, М.Б.) будет считать мошенников исключительно отрицательными героями, человек азартный отнесётся к ним с пониманием, а человек, стремящийся к успеху, к богатству (как, например, Л.А.) станет восхищаться определёнными чертами аферистов.

В соответствии с изречением А. Шюца, «лишь небольшая часть нашего знания о мире рождается в нашем личном опыте. Большая его часть имеет социальное происхождение, передана мне моими друзьями, родителями, учителями и учителями моих учителей». [5, с.16]. Отсюда, особенно значимыми источниками представлений о мошенниках становятся мнения референтных групп, в частности семьи. И эта часть образа может быть как «унаследована» в процессе социализации индивида (то есть до

возникновения собственной жизненной ситуации), так и почерпнута из обсуждения с членами группы своего случая. В данном случае важна культурная среда, в которой был воспитан человек: как в этой среде относятся к преступникам вообще, какие книги в ней было принято читать, какие фильмы и телепередачи смотреть.

Можно выделить и такой метафактор, определяющий образ мошенника, как менталитет нации, общая ситуация в стране. Так, для российской действительности характерно, что людям постоянно приходится «бороться за своё место», в связи с чем человек, получивший выигрыш, какими бы средствами он ни достиг своей цели, оказывается в глазах людей «героем» (примерами этого явления служат Иван-дурак, Остап Бендер).

Итак, наше восприятие, образ человека (или группы), влияющий на способы нашего взаимодействия с ними, стили нашего поведения в отношении них, оказывается в высшей степени социально конструируемым. При этом источников образа может быть одновременно несколько, и заранее предсказать, какой из факторов окажется наиболее значимым, достаточно трудно. Так, представление людей о мошенниках оказывается крайне противоречивым, неоднозначным. А значит, можно ожидать, что столь же неоднозначной будет и реакция на обман.

#### Литература

1. Уголовный Кодекс Российской Федерации в редакции Федерального закона 21.07.2005 №93-ФЗ.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. — М.: “Медиум”, 1995.
3. Зборовский Г.Е. Теоретическая социология XX-начала XXI века: Учебное пособие для вузов. — Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, 2007.
4. Ноговицын, О. Н. Феноменология повседневности: Теория социального конструирования реальности: Текст лекции / О. Н. Ноговицын; ГУАП. — СПб., 2006.

5. Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом / Пер. с нем. и англ. — М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004.

Холодилов К.В.,

г. Екатеринбург

## ФОРМИРОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНО-СМЫСЛОВОГО ПРОСТРАНСТВА: ИНДИВИД КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ ВИЗУАЛЬНОГО МИРА

Материальный мир устроен таким образом, что порядок взаимодействия в нем определяется выполнением неких закономерных действий в рамках определенного отношения к свойствам вещей, восприятие которых с целью дальнейшей регламентации взаимодействия - осуществляется в рамках чувственного познания. Таким образом, наделяя окружающие предметы определенными свойствами на основе их чувственного восприятия, человек пытается упорядочить взаимодействие с ними, чтобы в последующем не «изобретать велосипед». Очевидно, что наделив тот или иной предмет материального мира определенными «успешными свойствами» - успешной системой взаимодействия, люди передают и охотно перенимают данный успешный опыт в качестве пополнения знания о предметных свойствах материального мира. (Возможно домохозяйка сама не пользуется молотком, но представляет как это делается). Иными словами, визуальное познание, является одним из методов познания свойств окружающего материального мира.

*Визуальное познание* – форма изучения свойств объекта с целью определения и регламентации форм взаимодействия.

Жизнь человека наполнена визуальными смысловыми конструктами, которые он использует для рациональной организации повседневных социальных практик. Люди объединяются на основании схожего восприятия целей, средств и *форм* взаимодействия с окружающим миром (рабочие, молодежь на дискотеке). Мы объединяемся, ожидая от другого действий,